

Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв № 4'2018

9. Myths of the peoples of the world: encyclopedia in 2 vol. (1992). Moscow: Soviet Encyclopedia. Vol. 2 [in Russian].
10. Propp, V.Ya. (1987). Historical roots of a fairy tale. Leningrad [in Russian].
11. Rybakov, B.A. (1988). Paganism of Ancient Russia. Moscow: Nauka [in Russian].
12. Stigl, M. (1982). Secrets of the Indian pyramids / translation from Czech O. M. Malevich. Moscow: Progress, [in Russian].
13. Tkach, M., Danilevskaya, N. (1995). Selection Bridge: Sources of Ukrainian Mythology. Kyiv: Snyva, [in Ukrainian].
14. Tkach, M.M. (2008). The word about Igor's regiment: graphic reconstruction, translation, dictionary-reference / introduction. word by M. Shudrya. Kyiv: Perun, [in Ukrainian].
15. Tkach, M.M. (2018). Ukrainian common culture: monograph. Kyiv: "Lira-K" [in Ukrainian].
16. Famintsin, A.C. (1995). Deities of ancient Slavs. St. Petersburg [in Russian].
17. Yuan Kei (1987). Myths of ancient China: translation from Chinese / predisl. B. L. Riftin; artist L.P. Sychev. Moscow: Nauka [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 21.08.2018 р.

УДК 351.85/32.019.5

Шевченко Марина Іванівна
кандидат культурології, доцент,
доцент кафедри міжнародних відносин
Київського національного університету
культури і мистецтв
ORCID 0000-0003-0960-513X
ua.kiev.marina@gmail.com

РОЛЬ ГРОМАДСЬКИХ МЕДІА В ПЕРЕФОРМАТУВАННІ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

Мета дослідження – аналіз ролі та функцій громадських медіа у вирішенні завдань переформатування культурної політики в Україні на сучасному етапі. **Методологія** дослідження ґрунтується на застосуванні методу системно-структурного аналізу, компаративного методу, що дозволяє виявити взаємозв'язок між процесами модернізації сучасної медіа-політики та культурної політики на основі співставлення вітчизняного і зарубіжного досвіду. **Наукова новизна** полягає в аналізі нових форм соціальних комунікативних практик і стратегій культурної політики із використанням сучасних інформаційних технологій і, передусім, громадських медіа, а також в окресленні шляхів модернізації державної медіа-політики. **Висновки.** В інформаційну епоху виникає необхідність ширшого розуміння поняття «культурна політика», адже інформаційний простір стає простором розвитку культури та формування громадської думки. Тому важливою умовою суспільного прогресу стає інтеграція культурної та інформаційної політики держави. Дієвим чинником цього процесу мають стати громадські медіа – суспільне теле- і радіомовлення, інтернет-комунікації, які потребують державної та суспільної підтримки, економічних і політичних гарантій їх незалежності, закріплених на законодавчому рівні. Незалежні громадські медіа – важливий елемент функціонування громадянського суспільства та дієвий чинник демократизації й децентралізації культурної політики.

Ключові слова: громадські медіа; культура; культурна політика; інформаційна політика; суспільне мовлення; демократизація.

Шевченко Марина Іванівна, кандидат культурології, доцент, доцент кафедри міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв

Роль общественных медиа в переформатировании культурной политики: украинский опыт

Цель статьи – анализ роли и функций общественных медиа в решении задач переформатирования культурной политики в Украине на современном этапе. **Методология** исследования основана на применении метода системно-структурного анализа, сравнительного метода, позволяющих выявить взаимосвязь между процессами модернизации современной медиа-политики и культурной политики на основе сопоставления отечественного и зарубежного опыта. **Научная новизна** заключается в анализе новых форм социальных коммуникативных практик и стратегий культурной политики с использованием современных информационных технологий и, прежде всего, общественных медиа, а также определение путей модернизации государственной медиа-политики. **Выводы.** В информационную эпоху возникает необходимость более широкого понимания понятия «культурная политика», ведь информационное пространство становится пространством развития культуры и формирования общественного мнения. Поэтому важным условием общественного прогресса становится интеграция культурной и информационной политики государства. Действенным фактором этого процесса должны стать общественные медиа – общественное теле- и радиовещание, интернет-коммуникации, которым необходимы государственная и общественная поддержка, экономические и политические гарантии их независимости, закрепленные на законодательном уровне. Независимые общественные медиа – важный элемент функционирования гражданского общества и действенный фактор демократизации и **децентрализации** культурной политики.

Ключевые слова: общественные медиа; культура; культурная политика; информационная политика; общественное вещание; демократизация.

Maryna Shevchenko, Doctor of Philosophy in culture studies, Associate Professor Department of International Relations of the Kyiv National University of Culture and Arts

The role of public media in reforming of cultural policy: Ukrainian experience

The purpose of the article is to analyze the role and functions of public media in solving the tasks of reforming of cultural policy in Ukraine at the present stage. **The research methodology** is based on the application of the system-structural analysis method, a comparative method that allows to identify the relationship between processes of modernization of modern media policy and cultural policy based on a comparison of domestic and foreign experience. **The scientific novelty** consists in analyzing new forms of social communication practices and cultural policy strategies using modern information technologies and, above all, public media, as well as identifying ways to modernize the state media policy. **Conclusions.** There is a need for a broader understanding of the concept of "cultural policy" in the information age, since information space becomes a space for cultural development and the formation of public opinion. Therefore, the integration of cultural and information policy of the state becomes an important condition for social progress. An effective factor in this process should be public media – public television and radio broadcasting, Internet communications that require state and public support, economic and political guarantees of their independence being enshrined at the legislative level. Independent public media is an important element of the functioning of civil society and an effective factor of the democratization and decentralization of cultural policy.

Key words: public media; culture; cultural policy; information policy; public broadcasting; democratization.

Актуальність теми дослідження. На сучасному етапі одним із важливих завдань реалізації стратегії реформ у нашій державі є переформатування культурної політики на основах демократизації та децентралізації. Передусім йдеться про потребу збалансування взаємин між державними інституціями у сфері культури, які до сьогодні не зазнали радикального оновлення, і власне динамічною соціальною реальністю, яка прискорено змінюється під впливом сучасних медіа-технологій. В умовах інформаційного суспільства необхідним чинником такого переформатування є медіа-ресурс, зокрема, розвиток громадських медіа. Нажаль, в сучасній Україні цей процес гальмується цілою низкою факторів, що обумовлює актуальність наукового пошуку шляхів оптимізації використання потенціалу громадських медіа у вирішенні пріоритетних завдань культурної політики.

Аналіз наукових досліджень і публікацій. Медіа та інформація концептуалізуються як важливий політичний ресурс в теоретичних доробках Н. Вінера, М. Кастельса, Н. Лумана, М. Маклюєна, Е. Тоффлера, К. Шенона.

Аналізу сутнісних ознак та особливостей громадських медіа присвячені дослідження С. Гнатюк, О. Головчук, С. Здіорука, Д. Мак-Квейла, Н. Лиховід, К. Лукаренка, М. Муляра, Ю. Палагнюк, О. Приходька, І. Кирич, А. Садовської, К. Якубовича та ін. Проблеми комунікації між державними інституціями і громадськістю, дискурси соціальних медіа в контексті сучасних політичних процесів висвітлюються в наукових публікаціях О. Довганя, В. Нестеровича, Ю. Половинчака.

Огляд наукових публікацій виявив значний інтерес дослідників до проблематики розвитку громадських і соціальних медіа та їх впливу на соціально-політичні процеси. Водночас, мусимо констатувати відсутність досліджень ролі громадських медіа у вирішенні актуальних завдань сучасної культурної політики в Україні.

Метою статті є аналіз ролі та функцій громадських медіа у вирішенні завдань переформатування культурної політики в Україні на сучасному етапі.

Виклад основного матеріалу. Сучасний досвід розвитку демократичних держав засвідчує, що громадські медіа (*Public service media*) є одним із важливих інститутів громадянського суспільства. Їх інформаційний контент охоплює всі основні сфери суспільного життя – політику, економіку, культуру. Проте в науковій літературі до сьогодні не існує ні їх чіткої класифікації, ні дефініції. Можливо тому, що, з одного боку, це – явище, котре не може бути піддане вичерпному визначенню, бо перебуває у стані динамічних трансформацій завдяки прискореному прогресу медіа-технологій, а з іншого – сама ситуація з невизначеним змістом і неврегульованим правовим статусом ЗМІ має свої політичні і соціально-ментальні причини, особливо це стосується українських реалій, пов'язаних із незрілістю демократичних інституцій, посттоталітарним менталітетом, низькою правовою культурою, нерозвиненою громадянською свідомістю.

Поруч із поняттям «громадські медіа» набули поширення терміни «громадське мовлення», «суспільне мовлення» (*телерадіомовлення*). Активно ведуться дискусії стосовно змісту цих понять [7, 8]. Дослідники, звертаючись до громадських (суспільних) мас-медіа, називають їх по-різному. Наприклад, Ноам Хомський пропонує ідею «альтернативних медіа», тобто таких ЗМІ, що не поділяють позицій держави чи великих корпорацій, по суті, відносячи сюди нові медіа, тобто інтернет-медіа у всій їхній різноманітності. Аналізуючи модель американської медіа-індустрії, він виділив п'ять своєрідних «фільтрів», критеріїв альтернативності ЗМІ: форма власності, джерела фінансування, джерела інформації, особлива форма лобізму, ідеологія. Тобто про стерильну й абсолютну незалежність та об'єктивність власне, не йдеться, бо, на його думку, за будь-якою формою медіа, так чи інакше стоять певні інтереси фінансового чи ідеологічного характеру [14].

Значна частина українських дослідників надає перевагу терміну «громадське мовлення». Зокрема, К. Лукаренко зазначає, що хоча громадське мовлення є елементом суспільства, однак націлене воно на громаду та існує на основі своєрідного контракту з громадою: «Якщо ми стоїмо на засадах обмеженого втручання держави в особисте життя громадян, то нам варто говорити про громадське, а

не суспільне мовлення» [9]. На безпосередній зв'язок розвитку громадських медіа і процесів демократизації вказують Н. Лиховід [7, 11], В. Іванов [10], І. Кирич [7, 102].

Акцентуючи відмінність між громадськими і комерційними медіа, польський дослідник К. Якубовіч вважає, що комерційний мовник здебільшого трактує слухача як споживача, а громадський мовник – як громадянина, тому завданням громадського мовника є служіння громадянину та громадянському суспільству [17, 26]. До визначальних характеристик громадського мовлення дослідник відносить сприяння розвитку демократії та громадянського суспільства, суспільний контроль, програмну незалежність медіа, презентацію інтересів різноманітних суспільних верств та об'єктивне відображення взаємодії громадськості і влади [17, 25].

На наш погляд, головними ознаками громадських (суспільних) медіа є незалежність від комерційних інтересів і політичної кон'юнктури; залучення широкої громадськості до висвітлення й обговорення суспільно важливих питань (не тільки вплив на суспільну думку, але й її відображення, вираження); незалежні джерела фінансування – громадськість, суспільство. Слід звернути увагу, що питання комерційності, власності і фінансування громадських медіа є досить дискусійним і проблемним не лише в Україні, а й у західному світі. У західній Європі, де ментально сформувалися досить сильні демократичні і ліберальні традиції, державна політика надає ЗМІ економічну підтримку і правовий захист, гарантуючи незалежність. На жаль, така модель ЗМІ не характерна для переважної більшості пострадянських країн, у яких державні ЗМІ контролюються олігархічною правлячою коаліцією чи партією при владі, хоча фінансуються із державного бюджету, котрий наповнюється платниками податків, по суті, суспільством.

Така ситуація нівелює відмінність між термінами «суспільне» і «державне», «провладне». Як зазначила директор Волинської обласної державної телерадіокомпанії Ольга Куліш, – «у нас в Україні поняття «держава» часто плутають із поняттями «влада», «уряд», а тому державні телерадіокомпанії сприймаються як провладні. Певною мірою так і є. На цьому етапі розвитку нашої країни влада має велику спокусу і великі можливості впливати на програмну політику державних ТРК: шляхом зміни керівника на такого як треба, або ж обмеженням фінансування» [1].

Якщо в країнах Західної Європи вже нагромаджено багаторічний досвід успішної роботи громадських медіа (наприклад, у Великобританії цей процес розпочався ще у 1922 році із створенням корпорації BBC), то в Україні перша спроба створення громадських медіа датується 1997 р., коли Верховною Радою був прийнятий Закон «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» [3]. Але ця спроба виявилася невдалою, оскільки Національна рада з питань телебачення і радіомовлення не виділила громадським медіа ліцензії на мовлення. Новий Закон «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» був ухвалений під тиском громадськості у квітні 2014 р. [4]. із внесеними поправками він чинний до сьогодні. Але реальна робота суспільного мовлення розпочалася лише в січні 2017 р. після реєстрації Національної суспільної телерадіокомпанії України (НСТУ). НСТУ було створено на базі Національної телекомпанії України, Національної радіокомпанії України, Державної телерадіокомпанії «Культура», низки обласних та регіональних державних телерадіокомпаній, а також акціонерного товариства «Укртелефільм», що були реорганізовані шляхом приєднання до Національної телекомпанії України [5]. НСТУ є об'єктом загальнодержавного значення, повністю перебуває у державній власності і, відповідно, фінансується державою.

Значна частина основних завдань НСТУ, передбачених законом, корелюється із завданнями сучасної культурної політики української держави – «сприяння консолідації українського суспільства; розвиток і зміцнення статусу української мови та культури, сприяння розвитку мов і культур національних меншин; сприяння якнайповнішому задоволенню інформаційних, культурних та освітніх потреб населення України, у тому числі шляхом створення та поширення економічних, історично-документальних, культурно-мистецьких, навчально-пізнавальних, розважальних, спортивних програм, програм для дітей та молоді, людей з обмеженими фізичними можливостями, національних меншин, інших соціальних груп» [4].

Проте слід констатувати, що проблеми культурної тематики і культурної політики займають у медіа-просторі незначне і досить специфічне місце. Тут слід розмежувати власне культурну політику медіа-ресурсів загалом, їх співвіднесеність із загальнодержавними, регіональними, місцевими і світовими тенденціями, їхній культурний контент (теми і якість програм, рівень і масштаб висвітлюваних проблем, кваліфікацію журналістів, експертів, власне вплив на суспільну реальність і т. п.). Як правило, самі журналісти і менеджери констатують, що матеріали на тему культури ніколи не матимуть стільки переглядів, як статті про політику чи надзвичайні події. У вітчизняній журналістиці культурна тематика традиційно відсунута на узбіччя – остання шпальта в газеті, останній сюжет у новинах, як лише пролог до «серйозної журналістики».

«UA: Культура» у структурі НСТУ – поки що єдиний загальнонаціональний культурно-просвітній телевізійний канал суспільного мовлення України. В його ефірі – новини культури, документальні фільми, трансляції концертів класичної музики й театральних вистав, а також програми, присвячені різним напрямкам культурного і суспільного життя – музиці, живопису, театру, літератури, кіно [16]. Ще донедавна на цьому каналі переважав доволі несучасний традиційний контент (як за змістом, так і за формою подачі). У 2018 році, хоч і поволі, можна спостерігати намагання його переформату-

вання та модернізації, які суттєво ускладнюються проблемами із хронічним недофінансуванням каналу з боку держави [13]. Головне завдання, на наш погляд, – наситити ефір різноманітними змістовними, цікавими і сучасними програмами, де найшли б для себе відповідний контент представники різних вікових категорій та соціальних верств і політичних орієнтацій. Поруч із естетичним та патріотичним вихованням перед журналістами каналу мають стояти й інші важливі завдання – формування високого загальнокультурного рівня громадян, толерантності, громадянської активності, екологічного мислення, політичної культури на основі кращих європейських демократичних традицій.

На більш сучасному рівні презентується рубрика «Громадське Культура» на каналі «Громадське. ЮА», який позиціонує себе як некомерційні незалежні медіа, що створені самими журналістами й існують за рахунок громадської підтримки [15].

Йдеться, власне про сучасну «культурну журналістику», висвітлення різноманітних проблем у сфері культури (передусім культурна політика у широкому сенсі, мистецька сфера, кадрова політика в культурному просторі, музейні та галерейні проекти, креативні індустрії тощо). Така журналістська робота передбачає аналітичний підхід, об'єктивну позицію, фахову експертну оцінку, ексклюзивні інтерв'ю, поєднання загальнодержавної і локальної тематики. Інтернет-простір пропонує для такого роду інформації значно ширші можливості у багатьох сенсах: доступу, аудиторії, поширення, реакції. Це можуть бути блоги, авторські сайти, електронні видання, он-лайн-формати експозицій, лекцій, творчих зустрічей, майстер-класів, тренінгів, вебінарів, круглих столів тощо.

Зрештою, слід розмежовувати культурну тематику у мас-медіа, з одного боку, а з іншого – стратегічну спрямованість інформаційної політики на формування реципієнта (глядача, слухача, читача) з громадянською самосвідомістю, зі здатністю критично осмислювати інформацію, з адекватними естетичними інтересами та етичними запитами. У цьому контексті важливого значення набувають рівень і якість інформаційного контенту та загальна стратегія менеджменту медіа-каналів. Постає проблема якісної кваліфікації тих експертних текстів, котрі претендують на обґрунтування актуальних напрямів культурної політики і культурної економіки. Трансформуються стандарти журналістики, і великою мірою це стосується безпосередньо культурної політики. Один із відомих журналістів та медіа-експертів Юрій Рибачук відверто заявив, що мало знаходиться кваліфікованих людей для коментування питань культурної політики чи культурної економіки: «У будь-якому матеріалі на культурну тему має бути висвітлена певна проблема, надані поради чи рекомендації зацікавленим людям» [2]. Тобто медіа-роль відомої людини не може зводитися лише до констатації чи прямого коментування певного факту, а передбачати його глибокий фаховий аналіз і пропозиції щодо конкретних дієвих стратегій змін.

У контексті сучасних завдань переформатування культурної політики на демократичних засадах важливими функціями ЗМІ стають не лише інформування через фіксацію фактів, а й артикуляція прогресивної світоглядної громадянської позиції, пошуки відповідей на «незручні», але суспільно значимі питання, висвітлення соціально-культурних перспектив, залучення до активної громадської і культурної діяльності. Саме таку роль здатні виконувати громадські медіа, якщо вони є незалежними, критичними і суспільно визнаними.

На сучасному етапі в Україні реалізуються конкретні заходи по децентралізації культурної політики [6]. На нашу думку, назріла необхідність і децентралізації громадського мовлення. Цьому сприяла би державна підтримка медіа-ресурсів громадських об'єднань (ГО), які займаються культурно-просвітницькою діяльністю, на зразок ГО «Культпросвіт» (м. Одеса), інтернет-порталу «Культурометр», створеного для медіа-підтримки культурних проектів ГО «Харківська платформа розвитку культури і туризму» [11]. Значний потенціал щодо активізації та поширення громадських ініціатив в сфері культури мають соціальні медіа. Визначення їх ролі та конкретних функцій в реалізації культурної політики вважаємо перспективним напрямом подальших досліджень.

Висновки. В інформаційну епоху соціокультурний розвиток характеризується динамічним становленням медіакультури – нового типу культури інформаційного суспільства, в якому медіа виступають універсальним посередником між суспільством та державою, громадськими ініціативами і владою. У цьому контексті виникає необхідність ширшого розуміння поняття «культурна політика», адже інформаційний простір стає простором розвитку культури та формування громадської думки. Тому важливою умовою суспільного прогресу стає інтеграція культурної та інформаційної політики держави. Дієвим чинником цього процесу мають стати громадські медіа – суспільне теле- і радіомовлення, інтернет-комунікації (соціальні мережі, сайти громадських організацій, блоги громадських лідерів тощо), які потребують державної та суспільної підтримки, економічних і політичних гарантій їх незалежності, закріплених на законодавчому рівні. Незалежні громадські медіа – важливий елемент функціонування громадянського суспільства та дієвий чинник демократизації й децентралізації культурної політики.

Література

1. Голуб М. Яким має бути суспільне мовлення? URL: <https://hromadske.volyn.ua/yakym-maje-buty-suspile-movlennya/>
2. Дорош М. Культурна журналістика: як вбудуватися у формат. URL: https://ms.detector.media/print/1411980811/kulturna_zhurnalistika_yak_vbuduvatisya_u_format/

3. Закон «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» від 18 липня 1997 р. № 485/97-ВР. (Втрата чинності від 15.05.2014, підстава - 1227-VII). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/485/97-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 12 жовтня 2018).
4. Закон «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України», 2014. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18> (дата звернення 12.10.2018)
5. Зареєстровано юридичну особу ПАТ НСТУ. URL: <http://www.1tv.com.ua/news/channel/86474> (дата звернення 12 жовтня 2018)
6. Керівники обласних управлінь культури обговорили питання ефективного впровадження реформи децентралізації. URL: http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=245339638 (дата звернення 12 жовтня 2018)
7. Кирич І. Суспільне чи громадське? Мовлення чи телерадіомовлення? Уніфікація термінів. URL: <http://old.journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n12/tv12-31.pdf>
8. Лиховід Н. А. Досвід країн-членів Євросоюзу щодо громадського мовлення. URL: www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2009-1/doc/5/08.pdf
9. Лукеренко К. Про терміни. URL: <http://www.telekritika.ua/media-suspilstvo/suspilne-movlennya/2005-01-28/5551>
10. Іванов В. Суспільне мовлення: різдвяна казка чи близька реальність? URL: <http://www.telekritika.ua/suspilne-movlennya/2005-01-10/5536>
11. О «Культурометре». URL: <http://culturemeter.od.ua/about-us/>
12. Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України. Закон від 18 липня 1997 р. № 485/97-ВР. (Втрата чинності від 15.05.2014, підстава - 1227-VII). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/485/97-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 12.10.2018).
13. Фінансова криза Суспільного. URL: https://stv.detector.media/finansuvannya/finansy/finansova_kriza_suspilnogo_vidmova_vid_dzhinsi_i_vidsutnist_finsuvannya_vid_uryadu/
14. Хомський Н. Системи влади. URL: http://loveread.ec/read_book.php?id=43884&p=1
15. Що таке Громадське? URL: https://hromadske.ua/about#how_work.
16. UA: Культура // URL: <https://culture.suspilne.media/> (дата звернення 12.10.2018)
17. Jakubowicz K. Media publiczne: Początek końca czy nowy początek / K. Jakubowicz. Warszawa : Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007.

References

1. Golub, M. (2016). What should be public broadcasting? Retrieved from <https://hromadske.volyn.ua/yakym-maje-buty-suspilne-movlennya/>
2. Dorosh, M. (2017). Cultural journalism: how to integrate into the format. Retrieved from https://ms.detector.media/print/1411980811/kulturna_zhurnalistika_yak_vbuduvatisya_u_format/
3. Law of Ukraine On the System of Public Television and Radio Broadcasting of Ukraine from July 18, 1997, No. 485/97-VR. (Loss effective as of May 15, 2014, basis - 1227-VII). Database "Legislation of Ukraine"/Verkhovna Rada of Ukraine. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/485/97-%D0%B2%D1%80> (Applying October 12, 2018).
4. Law of Ukraine On Public Television and Radio Broadcasting of Ukraine, 2014. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18> (application date October 12, 2018)
5. A legal entity of the NSTU PJSC is registered. (2017). Retrieved from <http://www.1tv.com.ua/news/channel/86474>
6. Heads of regional cultural departments discussed the issues of effective implementation of the decentralization reform. (2018). Retrieved from http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=245339638 (Appointment Date October 12, 2018)
7. Kirich, I. (2014). Civil or public? Unification of terms. Retrieved from <http://old.journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n12/tv12-31.pdf>
8. Likhovid N.A. (2009). Experience of the European Union member states in the field of public service broadcasting. Retrieved from www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2009-1/doc/5/08.pdf
9. Lukerenko, K. (2005). On the terms. Retrieved from <http://www.telekritika.ua/media-suspilstvo/suspilne-movlennya/2005-01-28/5551>
10. Ivanov V. (2005). Public Speaking: A Christmas Tale or Is Reality Close? Retrieved from <http://www.telekritika.ua/suspilne-movlennya/2005-01-10/5536>
11. About "Cultrometer". (2018). Retrieved from <http://culturemeter.od.ua/about-us/>
12. About the System of Public Television and Radio Broadcasting of Ukraine. Law of July 18, 1997 No. 485/97-BP. (Loss effective on May 15, 2014, basis - 1227-VII). Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/485/97-%D0%B2%D1%80> (Applying October 12, 2018).
13. The financial crisis of the Public. (2018). Retrieved from https://stv.detector.media/finansuvannya/finansy/finansova_kriza_suspilnogo_vidmova_vid_dzhinsi_i_vidsutnist_finsuvannya_vid_uryadu/
14. Khomsky, N. (1996). The systems of power. Retrieved from http://loveread.ec/read_book.php?id=43884&p=1
15. What is Public? (2018). Retrieved from https://hromadske.ua/about#how_work [in Ukrainian].
16. UA: Culture (2018). Retrieved from <https://culture.suspilne.media/>
17. Jakubowicz, K. (2007). Media publiczne: Początek końca czy nowy początek / K. Jakubowicz. Warszawa : Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne [in Polish].

Стаття надійшла до редакції 07.11.2018 р.